

**ANALISIS TANGGAPAN KONSUMEN ATAS PROMOSI PENJUALAN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK-PRODUK YANG
DIPROMOSIKAN DI RESTORAN DUNDEE FRIED CHICKEN
CABANG DELTA PLAZA DISURABAYA**

SKRIPSI

**DIAJUKAN UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN PERSYARATAN
DALAM MEMPEROLEH GELAR SARJANA EKONOMI
JURUSAN MANAJEMEN**



DIAJUKAN OLEH

**YASHINTA NURRAHMA
No. Pokok : 040023325 E**

**KEPADA
FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS AIRLANGGA
SURABAYA
2003**

SKRIPSI

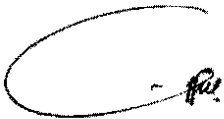
ANALISIS TANGGAPAN KONSUMEN ATAS PROMOSI PENJUALAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK-PRODUK YANG DIPROMOSIKAN DI RESTORAN DUNDEE FRIED CHICKEN CABANG DELTA PLAZA DI SURABAYA

DIAJUKAN OLEH :

YASHINTA NURRAHMA
NIM : 040023325/E

TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH

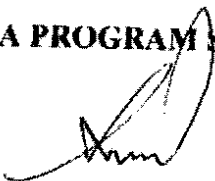
DOSEN PEMBIMBING,



Tanti Handriana, SE., M. Si.

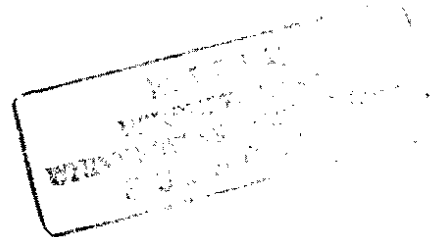
TANGGAL 07-01-2004

KETUA PROGRAM STUDI MANAJEMEN,



Dr. H. Amiruddin Umar, SE.

TANGGAL.....



13 - 11 - 2003
Surabaya,.....

Skripsi telah selesai dan siap untuk diuji :

Dosen Pembimbing,



Tanti Handriana, SE., M. Si.

ABSTRAKSI

Restoran *fast-food* merupakan salah satu bentuk usaha yang mengutamakan kepraktisan, keefisienan dan kenyamanan bagi konsumennya dalam memilih produk makanan. Melalui penganalisaan pengaruh promosi penjualan terhadap keputusan pembelian konsumen untuk produk-produk yang dipromosikan akan memudahkan pihak perusahaan untuk menyusun berbagai strategi pemasaran dengan lebih efektif dan efisien sesuai dengan keinginan konsumen. Dengan melihat pentingnya kondisi ini, penelitian ini mengkaji dan menganalisis pengaruh tanggapan konsumen atas promosi penjualan terhadap keputusan pembelian produk-produk yang dipromosikan. Promosi penjualan yang dianalisis terdiri dari : Potongan Harga, Display POP (*Point of Purchase*) dan Premi (produk/hadiah yang diberikan secara gratis atau dengan potongan harga melalui pembelian minimal tertentu).

Untuk menganalisis seberapa besar tanggapan konsumen atas pengaruh promosi penjualan terhadap keputusan pembelian produk-produk yang dipromosikan ini digunakan alat uji statistik model regresi linear berganda (*linear multiple regression*). Dari hasil analisis diperoleh persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = 0,342 + 0,319X_1 + 0,278X_2 + 0,290X_3$$

Persamaan regresi di atas menunjukkan adanya pengaruh tanggapan konsumen atas promosi penjualan yang terdiri dari Potongan Harga, Display POP (*Point of Purchase*) dan Premi (produk/hadiah yang diberikan secara gratis atau dengan potongan harga melalui pembelian minimal tertentu) terhadap keputusan pembelian produk-produk yang dipromosikan di restoran Dundee Fried Chicken cabang Delta Plaza Surabaya. Dari hasil analisis tersebut diperoleh koefisien korelasi berganda (*multiple R*) sebesar 0,821 dan koefisien determinasi keseluruhan (R^2) sebesar 0,674. Melalui uji F diperoleh hasil bahwa ada pengaruh antara tanggapan konsumen atas promosi penjualan terhadap keputusan pembelian produk-produk yang dipromosikan secara signifikan. Dari uji t yang dilakukan terbukti bahwa variabel-variabel tanggapan konsumen atas promosi penjualan yang merupakan variabel bebas secara parsial juga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk-produk yang dipromosikan. Dari hasil tersebut dapat diketahui bahwa tanggapan konsumen atas potongan harga memiliki pengaruh dominan terhadap keputusan pembelian produk-produk yang dipromosikan di restoran Dundee Fried Chicken cabang Delta Plaza Surabaya.